

**PENGARUH ETIKA BISNIS DI PERDAGANGAN INTERNASIONAL
DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI
CV KARYA BARU KLATEN**



Tugas Akhir

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Persyaratan Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
Dibidang Bisnis Internasional**

Disusun Oleh :

Krisna Adi Wibowo

F3106037

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

commit to user
2010



commit to user

PERSETUJUAN

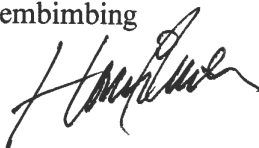
Tugas Akhir ini dengan judul :

PENGARUH ETIKA BISNIS DI PERDAGANGAN INTERNASIONAL
DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI CV. KARYA BARU KLATEN

Surakarta, Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



Drs. Harimurti, M.Si

NIP. 195661214 198403 1 001

commit to user

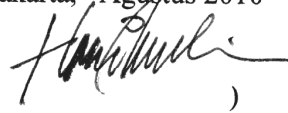
HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh tim penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Bisnis Internasional.

Surakarta, Agustus 2010

Pembimbing:

1. **Drs. Harimurti, M.Si**
NIP. 195661214 198403 1 001

()

Penguji:

2. Arif Rahman Hakim, SE
NIP. 0628068203

()

commit to user

MOTTO

- ♦ Dan sesungguhnya Kami akan memberikan balasan kepada orang-orang yang sabar dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.

(Qs. An-Nahl: 96)

- ♦ Ilmu pengetahuan tanpa agama adalah buta dan agama tanpa ilmu pengetahuan adalah hampa.

(Albert Einstein)

- ♦ Doa adalah nyanyian yang selalu dapat membuka jalan terbang kepada singgasana Tuhan meskipun terhimpit dalam tangisan seribu jiwa.

(gibran,Kahlia)

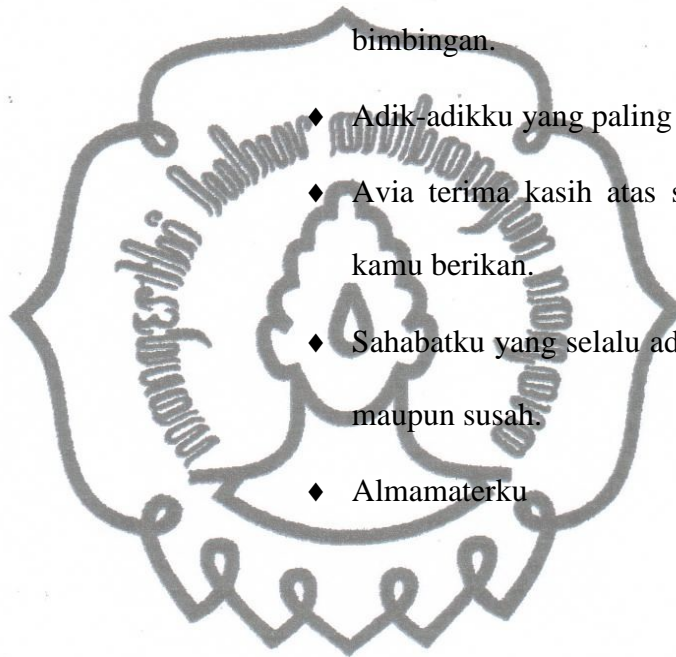
- ♦ Hiduplah untuk memberikan kebahagiaan kepada orang lain, karena kebahagiaan mereka membawa kedamaian untuk hati kita.

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan untuk

- ♦ Bapak dan Ibu yang selalu memberikan bimbingan.
- ♦ Adik-adikku yang paling imoet.
- ♦ Avia terima kasih atas semua yang telah kamu berikan.
- ♦ Sahabatku yang selalu ada saat aku senang maupun susah.
- ♦ Almamaterku



commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas limpahan karunia-Nya yang telah memberi kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya Bisnis Internasional pada Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Meskipun banyak hambatan yang penulis alami akibat terbatasnya kemampuan namun berkat bimbingan dan petunjuk serta motivasi dari berbagai pihak akhirnya hambatan tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Harimurti, MSi. selaku Ketua Program D3 Bisnis Internasional Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Harimurti, Msi. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan memberikan pengarahan, bimbingan serta petunjuk dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Pak Adi selaku Bagian Personalia yang telah berkenan memberikan ijin magang kerja dan penelitian untuk penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Penulis hanya dapat berdoa semoga semua amal baiknya mendapatkan imbalan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Akhir kata Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surakarta, Agustus 2010

Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ABSTRAKSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	8
E. Metode Penelitian.....	9
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Definisi Etika Bisnis.....	13
B. Etika.....	18
C. Etika Bisnis.....	19

D. Penerapan Etika pada Organisasi Perusahaan	22
E. Moral Dan Ektika Dalam Dunia Bisnis	24
F. Globalisasi, Perusahaan Multinasional dan Etika Bisnis	28
G. Etika Bisnis dan Perbedaan Budaya	29
H. Teknologi dan Etika Bisnis	29

BAB III. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	33
1. Sejarah Berdirinya CV. Karya Baru Klaten	33
2. Letak dan Kedudukan CV. Karya Baru Klaten	34
3. Struktur Organisasi CV. Karya Baru Klaten	35
4. Produk yang dihasilkan	37
5. Proses produksi	38
6. Budaya Kerja CV. Karya Baru Klaten	38
7. Marketing CV. Karya Baru Klaten	39
B. Pembahasan Penelitian	39
1. Apa saja Etika bisnis perdagangan internasional dalam menghadapi era globalisasi CV. Karya Baru Klaten	39
2. Manfaat etika bisnis perdagangan internasional CV. Karya Baru Klaten	43
3. Pendekatan yang dapat dilakukan untuk merumuskan tingkah laku etika	45

commit to user

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 46

B. Saran 47

DAFTAR PUSTAKA 48

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 3.1 Jam kerja CV. Karya Baru Klaten.....	39



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 3.1 Struktur Organisasi CV. Karya Baru Klaten	36
GAMBAR 3.2 Proses Produksi	38



ABSTRAKSI

PENGARUH ETIKA BISNIS PERDAGANGAN INTERNASIONAL DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI CV KARYA BARU KLATEN

KRISNA ADI WIBOWO

F3106037

perpustakaan.uns.ac.id

digilib.uns.ac.id

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui etika bisnis perdagangan internasional yang diterapkan CV. Karya Baru Klaten disertai hambatan-hambatannya.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif mengenai etika bisnis perdagangan internasional sebagai perusahaan *ekspor*.. Peneliti juga melakukan observasi langsung di CV. Karya Baru Klaten. Teknik pembahasan pada penelitian ini adalah menggunakan pembahasan deskriptif yaitu teknik membuat gambaran secara sistematis, faktual, aktual, dan akurat mengenai suatu obyek yang diteliti.

Kesimpulannya adalah pelanggaran etika bisnis itu dapat melemahkan daya saing hasil industri dipasar internasional. Ini bisa terjadi sikap para pengusaha kita. Lebih parah lagi bila pengusaha Indonesia menganggap remeh etika bisnis yang berlaku secara umum dan tidak pengikat itu.

Sedangkan teori etika bisnis dalam perdagangan internasional yaitu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti memberi beberapa saran antara lain etika bisnis perdagangan internasional hendaknya kecenderungan makin banyaknya pelanggaran etika bisnis membuat keprihatinan banyak pihak. Pengabaian etika bisnis dirasakan akan membawa kerugian tidak saja buat masyarakat, tetapi juga bagi tatanan ekonomi nasional. Disadari atau tidak, para pengusaha yang tidak memperhatikan etika bisnis akan menghancurkan nama mereka sendiri dan negara.

Kata kunci : etika bisnis

ABSTRACT

INTERNATIONAL TRADE BUSINESS ETHICS IN THE GLOBAL CRISIS FACING NEW WORKS CV KLATEN

KRISNA ADI WIBOWO

F3106037

perpustakaan.uns.ac.id

digilib.uns.ac.id

The purpose of this study is to investigate the business ethics of applied CV of international trade. New Work Klaten accompanied constraints. This research using descriptive analysis method on the ethics of international trade business as export company .

Researchers also conducted direct observations in CV. New works of Klaten. Technical discussion on this research using descriptive discussion of techniques to create a picture in a systematic, factual, actual and accurate information on an object under study.

The conclusion is that business ethics violations can undermine the competitiveness of industrial products the international market. This could happen attitude entrepreneurs. Even worse when the Indonesian businessman underestimate business ethics in general and not fixing it.

While the theory of business ethics in international trade is knowledge of the ideal procedure for setting up and managing a business that takes into account the norms and morality are universally applicable and economic / social, and application of these norms and morality support the intent and purpose of business activity.

Based on the above research results, researchers gave several suggestions, among others, international trade business ethics should be the tendency of the increasing number of violations of business ethics makes a concern for many parties. Perceived neglect of business ethics will bring harm not just for society, but also for national economic order. Knowingly or not, the entrepreneurs who do not pay attention to business ethics will destroy their own name and country.

Keywords: business ethics



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada kondisi saat ini, setiap pelaku bisnis jelas akan semakin berpacu dengan waktu serta negara-negara lainnya, agar terwujudnya suatu tatanan perekonomian yang saling menguntungkan. Untuk memenangkan suatu saham maka juga diperlukan etika sebagai nilai tambah bagi pemenang saham dan mempermudah akses kepasar domestic karena perusahaan tersebut dikenal masyarakat.

Etika dan integritas merupakan suatu keinginan yang murni dalam membantu orang lain. Kejujuran yang ekstrim, kemampuan untuk mengenali batas-batas kompetisi seseorang, kemampuan untuk mengakui kesalahan dan belajar dari kegagalan.

Kompetisi inilah yang harus memanasi belakangan ini. Kata itu mengisyaratkan sebuah konsep bahwa mereka yang berhasil adalah yang mahir menghancurkan musuh-musuhnya. Banyak yang mengatakan kompetisi lambang ketamakan. Padahal, perdagangan dunia yang lebih bebas dimasa mendatang justru mempromosikan kompetisi yang juga lebih bebas.

Perbedaan struktur perekonomian suatu negara dengan negara lain, menyebabkan pula perbedaan sumber devisa dari masing-masing negara itu. Begitu pula perubahan struktur ekonomi dari satu negara misalnya dari

commit to user

struktur yang agraris menjadi industri, telah mengubah pula sektor yang mendukung pendapatan devisa itu. (Amir M.S, 2005:15)

Lewat ilmu kompetisi kita dapat merenungkan, membayangkan eksportir kita yang ditantang untuk terjun ke arena baru yaitu pasar bebas dimasa mendatang. Kemampuan berkompetisi seharusnya sama sekali tidak ditentukan oleh ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan. Inilah yang sering dikonsepkan berbeda oleh penguasa kita.

Jika kita ingin mencapai target ditahun 2000 an, sudah saatnya dunia bisnis kita mampu menciptakan kegiatan bisnis yang bermoral dan beretika, yang terlihat perjalanan yang seiring dan saling membutuhkan antara golongan menengah kebawah dan pengusaha golongan atas.

Banyak kasus-kasus yang menyebutkan bahwa perusahaan bersedia melakukan apa saja demi laba. Wajar bila ada kesimpulan, dalam bisnis, satu-satunya etika yang diperlukan hanya sikap baik dan sopan kepada pemegang saham. Harus diakui, kepentingan utama bisnis adalah menghasilkan keuntunganmaksimal bagi *shareholders*. Fokus itu membuat perusahaan yang berpikiran pendek dengan segala cara berupaya melakukan hal-hal yang bisa meningkatkan keuntungan. Kompetisi semakin ketat dan konsumen yang kian rewel sering menjadi faktor pemicu perusahaan mengabaikan etika dalam berbisnis. Namun, belakangan beberapa akademisi dan praktisi bisnis melihat adanya hubungan sinergis antara etika dan laba.

Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain yaitu pengendalian diri, pengembangan tanggung

commit to user

jawab sosial, mempertahankan jati diri, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan tanggung jawab sosial, mempertahankan jati diri, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan yang berkelanjutan, menghindari sikap 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi, dan Komisi) mampu mengatakan yang benar itu benar, dll.

Dengan adanya moral dan etika dalam dunia bisnis, serta kesadaran semua pihak untuk melaksanakannya, kita yakin jurang itu dapat dikurangi, serta kita optimis salah satu kendala dalam menghadapi era globalisasi pada tahun 2000 an dapat diatasi.

Definisi etika bisnis sendiri sangat beraneka ragam tetapi memiliki satu pengertian yang sama, yaitu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis (Muslich, 1998:4)

CV. Karya Baru merupakan salah satu perusahaan eksportir batu alam yang berada di KlATEN dan telah melaksanakan usaha ekspornya selama belasan tahun. Perusahaan ini telah mengekspor produk-produknya ke beberapa negara antara lain : Australia, Amerika, Malaysia, Prancis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, studi ini ditunjukan untuk mengetahui bagaimana etika bisnis perdagangan internasional, sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil judul “PENGARUH ETIKA BISNIS DI PERDAGANGAN INTERNASIONAL

DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI CV. KARYA BARU KLATEN”.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penulisan ini dimaksudkan untuk dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian secara cermat dan tepat sesuai dengan prinsip-prinsip suatu penelitian ilmiah.

Untuk memudahkan dalam membahas permasalahan tersebut, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja Etika bisnis perdagangan internasional dalam menghadapi era globalisasi di CV. Karya Baru Klaten?
2. Manfaat etika bisnis perdagangan internasional di CV. Karya Baru Klaten?
3. Pendekatan Apa saja yang dapat dilakukan untuk merumuskan tingkahlaku etika?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan agar penelitian tersebut dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang dikehendaki. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pentingnya etika bisnis perdagangan internasional dalam menghadapi krisis global.

Etika dalam dalam berbisnis sangat penting karena diperlukan untuk mencapai sukses jangka panjang sebuah bisnis. Pentingnya etika bisnis tersebut berlaku untuk kedua perspektif, baik lingkup makro maupun mikro, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Perspektif Makro : Pertumbuhan suatu negara tergantung pada market system yang berperan lebih efektif dan efisien daripada command system dalam mengalokasikan barang dan jasa. Beberapa kondisi yang diperlukan market system untuk dapat efektif, yaitu: (a) Hak memiliki dan mengelola properti swasta (b) Kebebasan memilih dalam perdagangan barang dan jasa; dan (c) Ketersediaan informasi yang akurat berkaitan dengan barang dan jasa. Jika salah satu subsistem dalam market system melakukan perilaku yang tidak etis, maka hal ini akan mempengaruhi keseimbangan sistem dan menghambat pertumbuhan sistem secara makro.

Pengaruh dari perilaku tidak etik pada perspektif bisnis makro :

- 1) Penyogokan atau suap. Hal ini akan mengakibatkan berkurangnya kebebasan memilih dengan cara mempengaruhi pengambil keputusan.
 - 2) Coercive act. Mengurangi kompetisi yang efektif antara pelaku bisnis dengan ancaman atau memaksa untuk tidak berhubungan dengan pihak lain dalam bisnis.
 - 3) Deceptive information
 - 4) Pecurian dan penggelapan
 - 5) Unfair discrimination.
- b. Perspektif Bisnis Mikro : Dalam lingkup ini perilaku etik identik dengan kepercayaan atau *trust*. Dalam lingkup mikro terdapat rantai relasi di mana supplier, perusahaan, konsumen, karyawan saling berhubungan kegiatan bisnis yang akan berpengaruh pada lingkup makro. Tiap mata rantai penting dampaknya untuk selalu menjaga etika, sehingga kepercayaan yang mendasari hubungan bisnis dapat terjaga dengan baik.

Etika bisnis cenderung berfokus pada etika terapan daripada etika normatif. Dua prinsip yang dapat digunakan sebagai acuan dimensi etik dalam pengambilan keputusan, yaitu: (1) Prinsip konsekuensi (Principle of Consequentialist) adalah konsep etika yang berfokus pada konsekuensi pengambilan keputusan. Artinya keputusan dinilai etik atau tidak berdasarkan konsekuensi (dampak) keputusan tersebut; (2) Prinsip tidak

commit to user

konsekuensi (Principle of Nonconsequentialist) adalah terdiri dari rangkaian peraturan yang digunakan sebagai petunjuk/panduan pengambilan keputusan etik dan berdasarkan alasan bukan akibat, antara lain: (a) Prinsip Hak, yaitu menjamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain; (b) Prinsip Keadilan, yaitu keadilan yang biasanya terkait dengan isu hak, kejujuran, dan kesamaan.

2. Etika bisnis bertujuan untuk menghimbau pelaku bisnis agar menjalankan bisnisnya secara baik dan etis.
3. Mengerti, memahami, melaksanakan etika bisnis agar terwujudnya persaingan bisnis yang sehat atau membangun etika bisnis agar menjadi bisnis yang beretika

Etika atau tingkah laku berbisnis di perusahaan (*code of corporate and business conduct*) merupakan implementasi salah satu prinsip untuk mengembangkan perusahaan dan kinerja karyawan, karena dengan adanya etika tersebut menuntut karyawan & pimpinan perusahaan untuk melakukan praktek-praktek etika bisnis yang terbaik di dalam semua hal yang dilakukan atas nama perusahaan. Dengan tujuan agar prinsip etik bisnis menjadi budaya perusahaan (*corporate culture*), maka seluruh karyawan dan para pimpinan perusahaan akan berusaha memahami dan berusaha mematuhi mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dilakukan dalam aktivitas bisnis perusahaan. Pelanggaran atas kode etik merupakan hal yang serius, bahkan dapat termasuk kategori pelanggaran hukum.

commit to user

D. Manfaat penelitian

Selain mempunyai tujuan penelitian, penelitian ini juga mempunyai manfaat penelitian. Dalam penelitian ini, mempunyai manfaat penelitian :

1. Sebagai penerapan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan kondisi nyata di dunia usaha/ kerja.
2. Sebagai bahan masukan, pertimbangan, dan perbandingan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas ekspor terutama dalam hal pengiriman barang/ (*shipping*) pengapalan barang. Perusahaan sebagai evaluasi dalam menentukan kebijakan pengambilan keputusan di bidang jasa ekspor serta sebagai acuan untuk menyusun strategi.
3. Sebagai referensi bacaan dan informasi bagi mahasiswa jurusan Bisnis Internasional yang mengerjakan tugas ataupun menyusun Tugas Akhir (TA) dengan pokok permasalahan yang sama.
4. Sebagai alternatif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan ekspor.
5. Meningkatkan kualitas perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Artinya, apabila suatu perusahaan mempunyai etika yang baik, sesuai dengan norma dalam berbisnis maka perusahaan tersebut akan lebih dipercaya oleh konsumen maupun perusahaan lain .
6. Meningkatkan mutu karyawan . Artinya apabila dalam suatu perusahaan menuntut agar bisnis yang dijalankan bisa bersaing dengan pasar global maka suatu perusahaan mempunyai aturan agar karyawan mempunyai sikap yang sesuai dengan etika berbisnis sehingga tidak hanya

commit to user

meningkatkan mutu karyawan tetapi juga meningkatkan mutu perusahaan.

7. Mengetahui cara/langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan dalam berbisnis agar tidak melanggar peraturan dalam berbisnis sehingga mengurangi resiko adanya pelanggaran hukum/norma dalam berbisnis.

E. Metode Penelitian

Suatu penelitian pada dasarnya adalah bagian mencari, mendapatkan data untuk selanjutnya dilakukan penyusunan dalam bentuk laporan hasil penelitian. Supaya proses tersebut berjalan lancar serta hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka diperlukan metode penelitian.

Metode penelitian mengemukakan secara tertulis tata kerja dari suatu penelitian. Metode ini terdiri dari :

1. Ruang Lingkup Penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian baik itu perseorangan, lembaga, ataupun masyarakat pada suatu komunitas tertentu pada saat sekarang dengan fakta-fakta yang nyata dan sebagaimana adanya.

Metode yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah studi kasus, karena mengambil satu obyek tertentu untuk
commit to user

dianalisis secara mendalam dengan menfokuskan pada satu masalah mengenai bagaimana etika bisnis perdagangan internasional.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian mengenai bagaimana etika bisnis perdagangan internasional yang di terapkan di CV. Karya Baru Klaten untuk bersaing dengan pasar global.

2) Data Sekunder

Yaitu data pendukung yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian , melalui study pustaka yang berupa fakta, dokumen-dokumen, media internet, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan Etika bisnis perdagangan internasional.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Data ini diperoleh dengan cara wawancara langsung pada CV. Karya Baru Klaten yaitu pada bagian dokumen-dokumen, pemasaran (*marketing*), dan *staf/* karyawan CV. Karya Baru Klaten.

2) Sumber Data Sekunder

Yaitu data pendukung dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Data ini penulis peroleh dari buku maupun sumber bacaan lain yaitu Modul Penunjang Praktek DIII Bisnis Internasional, Seluk-beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri, Korespondensi Bisnis Ekspor-Import, Ekspor-Import Teori dan Penerapannya, dll.

c. Metode Pengumpulan Data

1) Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab baik langsung atau tidak langsung dengan pihak perusahaan CV. Karya Baru Klaten.

2) Studi Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku/ referensi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3) Magang Kerja

Merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung mengenai kegiatan yang dilakukan CV. Karya Baru Klaten.

4) Observasi

Dalam penelitian ini, penulis melihat langsung mengenai kegiatan yang dilakukan CV. Karya Baru Klaten.

commit to user

5) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara memperoleh data dengan mencatat data dari dokumen atau laporan yang mendukung operasional perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengutip dari catatan-catatan yang ada pada perusahaan CV. Karya Baru Klaten yang berupa :

- a) Visi, misi, dan tujuan perusahaan
- b) Dokumen-dokumen Ekspor
- c) Data Laporan Sumber Daya Manusia (jumlah karyawan, jam kerja karyawan, sistem penggajian, dan jaminan karyawan)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Definisi Etika Bisnis

Sesuai dengan fungsinya baik secara mikro maupun makro, sebuah bisnis yang baik harus memiliki etika dan tanggung jawab sosial. Nantinya, jika sebuah perusahaan memiliki etika dan tanggung jawab sosial yang baik, bukan hanya lingkungan makro dan mikronya saja yang akan menikmati keuntungan, tetapi juga perusahaan itu sendiri.

Kata 'etika' berasal dari kata Yunani *ethos* yang mengandung arti yang cukup luas yaitu, tempat yang biasa ditinggali, kandang, padang rumput, kebiasaan, adapt, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir. Bentuk jamak *ethos* adalah *ta etha* yang berarti adat kebiasaan. Arti jamak inilah yang digunakan Aristoteles (384-322 SM) untuk menunjuk pada etika sebagai filsafat moral.

Kata 'moral' sendiri berasal dari kata latin *mos* (jamaknya *mores*) yang juga berarti kebiasaan atau adat. Kata 'moralitas' dari kata Latin '*moralis*' dan merupakan abstraksi dari kata 'moral' yang menunjuk kepada baik buruknya suatu perbuatan. Dari asal katanya bisa dikatakan etika sebagai ilmu yang mempelajari tentang apa yang biasa dilakukan. Pendeknya, etika adalah ilmu yang secara khusus menyoroti perilaku manusia dari segi moral, bukan dari fisik, etnis dan sebagainya.

Definisi etika bisnis sendiri sangat beraneka ragam tetapi memiliki satu pengertian yang sama, yaitu pengetahuan tentang tata cara ideal

commit to user

pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis (Muslich,1998:4).

Ada juga yang mendefinisikan etika bisnis sebagai batasan-batasan sosial, ekonomi, dan hukum yang bersumber dari nilai-nilai moral masyarakat yang harus dipertanggungjawabkan oleh perusahaan dalam setiap aktivitasnya (Amirullah & Imam Hardjanto, 2005).

Tidaklah mudah mendefinisikan etika secara tepat. Secara umum etika adalah cara yang mengatur perilaku orang atau sekelompok orang dalam masyarakat. Etika (*ethics*) adalah kode yang berisi prinsip-prinsip dan nilai-nilai moral yang mengatur perilaku orang atau kelompok terkait dengan apa yang benar atau salah (Daft, 2007).

Dari definisi diatas dapat dijabarkan bahwa etika berhubungan dengan nilai- nilai internal perusahaan dan membentuk keputusan mengenai tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan lingkungan eksternal. Isu etika hadir dalam sebuah situasi ketika tindakan yang dilakukan sebuah organisasi dapat menimbulkan manfaat atau kerugian bagi pihak lain.

Menurut Baron, yang dimaksud dengan etika bisnis adalah aplikasi dari prinsip prinsip etika yang diterapkan sehubungan munculnya masalah masalah dalam bisnis. “ *Business ethics is the application of ethics principles to issues that arise in the conduct of business* “ (Baron, 2003)

Etika hendaknya diterapkan dalam bisnis dengan menunjukkan bahwa etika konsisten dengan tujuan bisnis, khususnya dalam mencari keuntungan selain itu juga menunjukkan bahwa etika mengatur semua aktivitas manusia yang disengaja, dan karena bisnis merupakan aktivitas manusia yang disengaja, etika hendaknya juga berperan dalam bisnis. Argumen lain berpandangan bahwa, aktivitas bisnis, seperti juga aktivitas manusia lainnya, tidak dapat eksis kecuali orang yang terlibat dalam bisnis dan komunitas sekitarnya taat terhadap standar minimal etika. Bisnis merupakan aktivitas kooperatif yang eksistensinya mensyaratkan perilaku etis.

Dalam masyarakat tanpa etika, seperti ditulis oleh filsuf Hobbes, ketidakpercayaan dan kepentingan diri yang tidak terbatas akan menciptakan "perang antar manusia terhadap manusia lain", dan dalam situasi seperti itu hidup akan menjadi "kotor, brutal, dan dangkal". Karenanya dalam masyarakat seperti itu, tidak mungkin dapat melakukan aktivitas bisnis, dan bisnis akan hancur. Katena bisnis tidak dapat bertahan hidup tanpa etika, maka kepentingan bisnis yang paling utama adalah mempromosikan perilaku etika kepada anggotanya dan juga masyarakat luas.

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang harus ditempuh perusahaan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dan harus dijadikan pedoman agar memiliki standar baku yang mencegah timbulnya ketimpangan dalam memandang etika moral sebagai standar kerja atau operasi perusahaan. Muslich (1998: 31-33) mengemukakan prinsip-prinsip etika bisnis sebagai berikut:

commit to user

1. Prinsip otonomi

Prinsip otonomi memandang bahwa perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya dengan visi dan misi yang dimilikinya. Kebijakan yang diambil perusahaan harus diarahkan untuk pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran dan kesejahteraan karyawan dan komunitasnya.

2. Prinsip kejujuran

Kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan perusahaan. Kejujuran harus diarahkan pada semua pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan. Jika prinsip kejujuran ini dapat dipegang teguh oleh perusahaan, maka akan dapat meningkatkan kepercayaan dari lingkungan perusahaan tersebut. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

3. Prinsip tidak berniat jahat

Prinsip ini ada hubungan erat dengan prinsip kejujuran. Penerapan prinsip kejujuran yang ketat akan mampu meredam niat jahat perusahaan itu.

commit to user

4. Prinsip keadilan

Perusahaan harus bersikap adil kepada pihak-pihak yang terkait dengan sistem bisnis. Contohnya, upah yang adil kepada karyawan sesuai kontribusinya, pelayanan yang sama kepada konsumen, dan lain-lain. menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.

5. Prinsip hormat pada diri sendiri

Perlunya menjaga citra baik perusahaan tersebut melalui prinsip kejujuran, tidak berniat jahat dan prinsip keadilan.

6. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*)

Menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.

7. Prinsip integritas moral;

Terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan/orang2nya maupun perusahaannya.

Etika adalah “prinsip tingkah laku yang mengatur individu atau kelompok.”

Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan kedalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada didalam organisasi.

commit to user

Etika bisnis adalah studi tentang standar perilaku formal dan bagaimana standar itu diterapkan kedalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa. (*velasques*,2005:14)

Beberapa studi menunjukkan hubungan yang positif antara perilaku yang bertanggung jawab secara sosial dengan profitabilitas, beberapa tidak menemukan korelasi bahwa etika bisnis merupakan beban terhadap keuntungan. Studi lain melihat, perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial bertransaksi di pasar saham, memperoleh pengembalian yang lebih tinggi daripada perusahaan lainnya. Semua studi menunjukkan bahwa secara keseluruhan etika tidak memperkecil keuntungan, dan tampak justru berkontribusi pada keuntungan. Dalam jangka panjang, untuk sebagian besar, lebih baik menjadi etis dalam bisnis daripada tidak etis. Meskipun tidak etis dalam bisnis kadang berhasil, namun perilaku tidak etis ini dalam jangka panjang, cenderung menjadi kekalahan karena meruntuhkan hubungan kooperatif yang berjangka lama dengan pelanggan, karyawan dan anggota masyarakat dimana kesuksesan bisnis sangat bergantung.

B. Etika

Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat. Ia mempertanyakan bagaimana standar-standar diaplikasikan dalam kehidupan kita dan apakah standar itu masuk akal atau tidak masuk akal – standar, yaitu apakah didukung dengan penalaran yang

commit to user

bagus atau jelek.

Etika merupakan penelaahan standar moral, proses pemeriksaan standar moral orang atau masyarakat untuk menentukan apakah standar tersebut masuk akal atau tidak untuk diterapkan dalam situasi dan permasalahan konkrit.

Tujuan akhir standar moral adalah mengembangkan bangunan standar moral yang kita rasa masuk akal untuk dianut. Etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplisitnya adalah menentukan standar yang benar atau yang didukung oleh penalaran yang baik, dan dengan demikian etika mencoba mencapai kesimpulan tentang moral yang benar benar dan salah, dan moral yang baik dan jahat.

C. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.

Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam system dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada didalam organisasi.

Pentingnya etika bisnis tersebut berlaku untuk kedua perspektif, baik lingkup makro maupun mikro, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Perspektif Makro

Pertumbuhan suatu negara tergantung pada market system yang berperan lebih efektif dan efisien daripada command system dalam mengalokasikan barang dan jasa. Beberapa kondisi yang diperlukan market system untuk dapat efektif, yaitu: (a) Hak memiliki dan mengelola properti swasta (b) Kebebasan memilih dalam perdagangan barang dan jasa; dan (c) Ketersediaan informasi yang akurat berkaitan dengan barang dan jasa. Jika salah satu subsistem dalam market system melakukan perilaku yang tidak etis, maka hal ini akan mempengaruhi keseimbangan sistem dan menghambat pertumbuhan sistem secara makro.

2. Perspektif Bisnis Mikro

Dalam lingkup ini perilaku etik identik dengan kepercayaan atau *trust*. Dalam lingkup mikro terdapat rantai relasi di mana supplier, perusahaan, konsumen, karyawan saling berhubungan kegiatan bisnis yang akan berpengaruh pada lingkup makro. Tiap mata rantai penting dampaknya untuk selalu menjaga etika, sehingga kepercayaan yang mendasari hubungan bisnis dapat terjaga dengan baik.

Etika bisnis cenderung berfokus pada etika terapan daripada etika normatif. Dua prinsip yang dapat digunakan sebagai acuan dimensi etik dalam pengambilan keputusan, yaitu:

commit to user

1. Prinsip konsekuensi (Principle of Consequentialist) adalah konsep etika yang berfokus pada konsekuensi pengambilan keputusan. Artinya keputusan dinilai etik atau tidak berdasarkan konsekuensi (dampak) keputusan tersebut
2. Prinsip tidak konsekuensi (Principle of Nonconsequentialist) adalah terdiri dari rangkaian peraturan yang digunakan sebagai petunjuk/panduan pengambilan keputusan etik dan berdasarkan alasan bukan akibat, antara lain:
 - a. Prinsip Hak, yaitu menjamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain;
 - b. Prinsip Keadilan, yaitu keadilan yang biasanya terkait dengan isu hak, kejujuran, dan kesamaan.

Pengaruh dari perilaku tidak etik pada perspektif bisnis makro :

- a. Penyogokan atau suap.

Hal ini akan mengakibatkan berkurangnya kebebasan memilih dengan cara mempengaruhi pengambil keputusan.

- b. Coercive act.

Mengurangi kompetisi yang efektif antara pelaku bisnis dengan ancaman atau memaksa untuk tidak berhubungan dengan pihak lain dalam bisnis.

commit to user

- c. Deceptive information
- d. Pecurian dan penggelapan
- e. Unfair discrimination.

D. Penerapan Etika pada Organisasi Perusahaan

Dapatkah pengertian moral seperti tanggung jawab, perbuatan yang salah dan kewajiban diterapkan terhadap kelompok seperti perusahaan, ataukah pada orang (individu) sebagai perilaku moral yang nyata?

Ada dua pandangan yang muncul atas masalah ini :

Ekstrem pertama, adalah pandangan yang berpendapat bahwa, karena aturan yang mengikat, organisasi memperbolehkan kita untuk mengatakan bahwa perusahaan bertindak seperti individu dan memiliki tujuan yang disengaja atas apa yang mereka lakukan, kita dapat mengatakan mereka bertanggung jawab secara moral untuk tindakan mereka dan bahwa tindakan mereka adalah bermoral atau tidak bermoral dalam pengertian yang sama yang dilakukan manusia.

Ekstrem kedua, adalah pandangan filsuf yang berpendirian bahwa tidak masuk akal berpikir bahwa organisasi bisnis secara moral bertanggung jawab karena ia gagal mengikuti standar moral atau mengatakan bahwa organisasi memiliki kewajiban moral. Organisasi bisnis sama seperti mesin yang anggotanya harus secara membabi buta mentaati peraturan formal yang tidak ada kaitannya dengan moralitas. Akibatnya, lebih tidak masuk akal untuk menganggap organisasi bertanggung jawab secara moral karena ia

gagal mengikuti standar moral daripada mengkritik organisasi seperti mesin yang gagal bertindak secara moral.

Karena itu, tindakan perusahaan berasal dari pilihan dan tindakan individu manusia, individu-individulah yang harus dipandang sebagai penjaga utama kewajiban moral dan tanggung jawab moral : individu manusia bertanggung jawab atas apa yang dilakukan perusahaan karena tindakan perusahaan secara keseluruhan mengalir dari pilihan dan perilaku mereka. Jika perusahaan bertindak keliru, kekeliruan itu disebabkan oleh pilihan tindakan yang dilakukan oleh individu dalam perusahaan itu, jika perusahaan bertindak secara moral, hal itu disebabkan oleh pilihan individu dalam perusahaan bertindak secara bermoral.

Etika atau tingkah laku berbisnis di perusahaan (*code of corporate and business conduct*) merupakan implementasi salah satu prinsip untuk mengembangkan perusahaan dan kinerja karyawan, karena dengan adanya etika tersebut menuntut karyawan & pimpinan perusahaan untuk melakukan praktek-praktek etika bisnis yang terbaik di dalam semua hal yang dilakukan atas nama perusahaan. Dengan tujuan agar prinsip etik bisnis menjadi budaya perusahaan (*corporate culture*), maka seluruh karyawan dan para pimpinan perusahaan akan berusaha memahami dan berusaha mematuhi mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dilakukan dalam aktivitas bisnis perusahaan. Pelanggaran atas kode etik merupakan hal yang serius, bahkan dapat termasuk kategori pelanggaran hukum.

E. Moral Dan Ektika Dalam Dunia Bisnis

1. Moral Dalam Dunia Bisnis

Sejalan dengan berakhirnya pertemuan para pemimpin APEC di Osaka Jepang dan dengan diperjelasnya istilah untuk menjadikan Asia Pasifik ditahun 2000 menjadi daerah perdagangan yang bebas sehingga baik kita batas dunia akan semakin “kabur” (*borderless*) world. Hal ini jelas membuat semua kegiatan saling berpacu satu sama lain untuk mendapatkan kesempatan (*opportunity*) dan keuntungan (*profit*). Kadangkala untuk mendapatkan kesempatan dan keuntungan tadi, memaksa orang untuk menghalalkan segala cara mengindahkan ada pihak yang dirugikan atau tidak.

Dengan kondisi seperti ini, pelaku bisnis kita jelas akan semakin berpacu dengan waktu serta negara-negara lainnya agar terwujud suatu tatanan perekonomian yang saling menguntungkan. Namun perlu kita pertanyakan apakah yang diharapkan oleh pemimpin APEC tersebut dapat terwujud manakala masih ada bisnis kita khususnya dan internasional umumnya dihinggapai kehendak saling “menindas” agar memperoleh tingkat keuntungan yang berlipat ganda. Inilah yang merupakan tantangan bagi etika bisnis.

Moral dan bisnis perlu terus ada agar terdapat dunia bisnis yang benar-benar menjamin tingkat kepuasan, baik pada konsumen maupun produsen. Isu yang mencuat adalah semakin pesatnya perkembangan informasi tanpa diimbangi dengan dunia bisnis yang ber “moral”, dunia ini akan menjadi

commit to user

suatu rimba modern yang di kuat menindas yang lemah sehingga apa yang diamanatkan UUD 1945, Pasal 33 dan GBHN untuk menciptakan keadilan dan pemerataan tidak akan pernah terwujud.

Moral lahir dari orang yang memiliki dan mengetahui ajaran agama dan budaya. Agama telah mengatur seseorang dalam melakukan hubungan dengan orang sehingga dapat dinyatakan bahwa orang yang mendasarkan bisnisnya pada agama akan memiliki moral yang terpuji dalam melakukan bisnis. Berdasarkan ini sebenarnya moral dalam berbisnis tidak akan bisa ditentukan dalam bentuk suatu peraturan (*rule*) yang ditetapkan oleh pihak-pihak tertentu. Moral harus tumbuh dari diri seseorang dengan pengetahuan ajaran agama yang dianut budaya dan dimiliki harus mampu diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Etika Dalam Dunia Bisnis

Apabila moral merupakan sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan etika bertindak sebagai rambu-rambu (*sign*) yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika (patokan/rambu-rambu) yang menjamin kegiatan bisnis yang seimbang, selaras, dan serasi.

Etika sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan. Etika di dalam bisnis sudah tentu harus disepakati oleh orang-orang yang

berada dalam kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya. Dunia bisnis, yang tidak ada menyangkut hubungan antara pengusaha dengan pengusaha, tetapi mempunyai kaitan secara nasional bahkan internasional. Tentu dalam hal ini, untuk mewujudkan etika dalam berbisnis perlu pembicaraan yang transparan antara semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, masyarakat maupun bangsa lain agar jangan hanya satu pihak saja yang menjalankan etika sementara pihak lain berpijak kepada apa yang mereka inginkan. Artinya kalau ada pihak terkait yang tidak mengetahui dan menyetujui adanya etika moral dan etika, jelas apa yang disepakati oleh kalangan bisnis tadi tidak akan pernah bisa diwujudkan. Jadi, jelas untuk menghasilkan suatu etika didalam berbisnis yang menjamin adanya kepedulian antara satu pihak dan pihak lain tidak perlu pembicaraan yang bersifat global yang mengarah kepada suatu aturan yang tidak merugikan siapapun dalam perekonomian.

Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain ialah :

a. Pengendalian diri

Artinya, pelaku-pelaku bisnis dan pihak yang terkait mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Disamping itu, pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan main curang dan menekan pihak lain dan menggunakan keuntungan dengan jalan main curang dan menekan pihak lain dan menggunakan keuntungan

commit to user

tersebut walaupun keuntungan itu merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya. Inilah etika bisnis yang "etis".

b. Pengembangan tanggung jawab sosial (*social responsibility*)

Pelaku bisnis disini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk "uang" dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi. Artinya sebagai contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk menjual pada tingkat harga yang tinggi sewaktu terjadinya excess demand harus menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kesempatan ini untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda. Jadi, dalam keadaan excess demand pelaku bisnis harus mampu mengembangkan dan memanifestasikan sikap tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya.

c. Menciptakan persaingan yang sehat

Persaingan dalam dunia bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, tetapi persaingan tersebut tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya, harus terdapat jalinan yang erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah kebawah, sehingga dengan perkembangannya perusahaan besar mampu memberikan spread effect terhadap perkembangan sekitarnya. Untuk itu dalam menciptakan persaingan perlu ada kekuatan-kekuatan yang seimbang dalam dunia bisnis tersebut.

commit to user

F. Globalisasi, Perusahaan Multinasional dan Etika Bisnis

Globalisasi adalah proses yang meliputi seluruh dunia dan menyebabkan system ekonomi serta sosial negara-negara menjadi terhubung bersama, termasuk didalamnya barang-barang, jasa, modal, pengetahuan, dan peninggalan budaya yang diperdagangkan dan saling berpindah dari satu negara ke negara lain. Proses ini mempunyai beberapa komponen, termasuk didalamnya penurunan rintangan perdagangan dan munculnya pasar terbuka dunia, kreasi komunikasi global dan system transportasi seperti internet dan pelayaran global, perkembangan organisasi perdagangan dunia (WTO), bank dunia, IMF, dan lain sebagainya.

Perusahaan multinasional adalah inti dari proses globalisasi dan bertanggung jawab dalam transaksi internasional yang terjadi dewasa ini. Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang bergerak di bidang yang menghasilkan pemasaran, jasa atau operasi administrasi di beberapa negara. Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang melakukan kegiatan produksi, pemasaran, jasa dan beroperasi di banyak negara yang berbeda.

Karena perusahaan multinasional ini beroperasi di banyak negara dengan ragam budaya dan standar yang berbeda, banyak klaim yang menyatakan bahwa beberapa perusahaan melanggar norma dan standar yang seharusnya tidak mereka lakukan.

G. Etika Bisnis dan Perbedaan Budaya

Relativisme etis adalah teori bahwa, karena masyarakat yang berbeda memiliki keyakinan etis yang berbeda. Apakah tindakan secara moral benar atau salah, tergantung kepada pandangan masyarakat itu. Dengan kata lain, relativisme moral adalah pandangan bahwa tidak ada standar etis yang secara absolute benar dan yang diterapkan atau harus diterapkan terhadap perusahaan atau orang dari semua masyarakat. Dalam penalaran moral seseorang, dia harus selalu mengikuti standar moral yang berlaku dalam masyarakat manapun dimana dia berada.

Pandangan lain dari kritikus relativisme etis yang berpendapat, bahwa ada standar moral tertentu yang harus diterima oleh anggota masyarakat manapun jika masyarakat itu akan terus berlangsung dan jika anggotanya ingin berinteraksi secara efektif. Relativisme etis mengingatkan kita bahwa masyarakat yang berbeda memiliki keyakinan moral yang berbeda, dan kita hendaknya tidak secara sederhana mengabaikan keyakinan moral kebudayaan lain ketika mereka tidak sesuai dengan standar moral kita.

H. Teknologi dan Etika Bisnis

Teknologi yang berkembang di akhir dekade abad ke-20 mentransformasi masyarakat dan bisnis, dan menciptakan potensi problem etis baru. Yang paling mencolok adalah revolusi dalam bioteknologi dan teknologi informasi. Teknologi menyebabkan beberapa perubahan radikal, seperti globalisasi yang berkembang pesat dan hilangnya jarak, kemampuan

commit to user

menemukan bentuk-bentuk kehidupan baru yang keuntungan dan resikonya tidak terprediksi. Dengan perubahan cepat ini, organisasi bisnis berhadapan dengan setumpuk persoalan etis baru yang menarik.

1. Bagaimana pendekatan etika yang harus out-in atau in-out

Out- in adalah proses pengawasan dari luar ke dalam, harus ada aturan main atau bisnis proses yang jelas dan transparan sehingga etika bisnis bisa berjalan, misalnya ada good corporate governance, balance scorecard, atau Malcolm baldrige

In- out adalah pendekatan dari sisi individu pelaku bisnis, pelaku dari etika adalah individu dan setiap individu harus menjalankan etika bisnis.

Dalam kasus Enron dan WorldCom's, walaupun sudah ada system yang sangat baik dan well defined is organized, masih saja "oknum" manusia mencari celah diantara aturan main tersebut.

Bagaimanakah sebaiknya implementasi etika bisnis yang baik, dengan pendekatan in-out, out-in, atau ambivalent dengan menerapkan keduanya.

2. Apakah etika itu pesan universal horizontal – kewajiban vertical

Dasar dari etika adalah kajian terhadap moralitas, dan moralitas tadi mengaju kepada individu.

Sedangkan pencapaian tertinggi dari moral adalah Orientasi Prinsip Etis Universal

commit to user

Velasquez menyatakan etika itu lebih abstrak daripada “Ten Commandments”

Apakah etika itu pesan universal horizontal (manusia ke manusia) minus nilai kewajiban vertikal (Agama) ?

Etika bisnis dibagi dalam :

- (1). Descriptive ethics : is concerned with describing, characterizing and studying the morally of a people, a culture, or a society. It also compares and contracts different moral codes, systems, practices, beliefs, and value (A. Buchhholtz and B.Rosenthal, 1998)
- (2). Normative ethics : concerned with supplying and justifying a coherent moral system of thinking and judging. Normative ethics seeks to uncover, develop, and justify basic moral principles that are intended to guide behavior, actions, and decisions. (R.DeGeorge, 2002)

Menurut Caroll dan Buchholtz “ ethics is the discipline that deals with what is good and bad and with moral duty and obligation. Ethics can also be regarded as a set of moral principles or values. Morality is a doctrine or system of moral conduct .

Moral conduct refer to that which relates to principles of right and wrong behavior that takes place within a business context . Business ethics, therefore is concerned with good and bad or right and wrong behavior that takes place within a business context. Concepts of right and wrong are increasingly being interpreted today to include the

commit to user

more difficult and subtle questions of fairness, justice, and equity. Ethics is a philosophical term derived from the Greek word “ethos” meaning character or custom. This definition is germane to effective leadership in organization in that it connotes an organization.



BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya CV. Karya Baru Klaten

CV.Karya Baru Klaten merupakan perusahaan yang spesialis bergerak dalam bidang pengelolaan batu alam yang berada di klaten. CV. Karya Baru Klaten pertama kali didirikan oleh bapak Sumarno. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1964.

CV. Karya Baru Klaten pertama kali berada disolo,kemudian pada tahun 1990 mendirikan perusahaan yang berada di JL. Raya Solo – Jogja Km 27,7 Jambu Kulon, Ceper, Klaten. perusahaan yang berada disolo sebagai tempat promosi barang – barang, sedangkan perusahaan yang berada di klaten sebagai tempat memproduksi barang – barang karena mempunyai tempat yang luas sekaligus dekat dengan tempat penyediaan bahan baku. perusahaan yang berada diklaten sekaligus juga sebagai tempat promosi karena tempatnya juga strategis.

Produk – produk yang dihasilkan CV. Karya Baru Klaten tidak hanya dipasarkan diluar negeri tetapi juga dipasar domestik.

Nama perusahaan : CV. Karya Baru Klaten

Alamat kantor :JL. Raya Solo – Jogja Km 27,7 Jambu
kulon, Ceper, Klaten.

Kode pos : 57465

commit to user

Phone / fax : 62-272-552595 / 62-272-331114

E – mail : info@karyabaru.com

imam@karyabaru.com

Alamat internet www.karyabaru.com

Total karyawan : 41

Produk : Stone Tile, Stone Ornament, Fireplace,
Handicraft

1. CV. Karya Baru Klaten memilih Jl. Jogja – Solo Km 27,7 Jambu Kulon, Ceper, Klaten sebagai tempat proses berlangsungnya aktifitas. Pemilihan tata letak dan kedudukan CV. Karya Baru Klaten Visi dan Misi CV. Karya Baru Klaten

Visi dan Misi CV. Karya Baru Klaten adalah membantu pelaksanaan ekspor dalam menyediakan produk – produk ekspor, khususnya produk batu alam dengan hight quality.

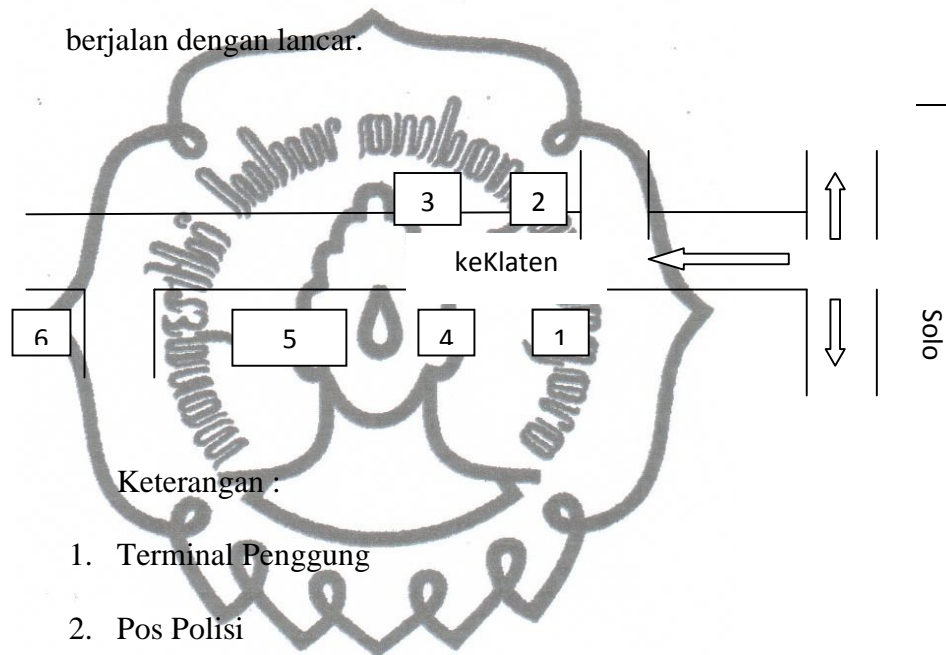
2. Letak dan Kedudukan CV. Karya Baru Klaten

Letak dan kedudukan perusahaan merupakan salah satu faktor pendukung terpenting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Tempat yang strategis memberi kemudahan bagi perusahaan dalam menjalankan ditentukan dengan melihat berbagai aspek diantaranya :

- a. Kedudukan perusahaan terletak ditengah kota yang mudah dijangkau.

- b. Aspek kedekatan dengan pusat pemerintahan, pusat perekonomian, dan pusat perindustrian yang ada di wilayah kota Klaten.
- c. Mudah dijangkau masyarakat.

Penentuan lokasi perusahaan yang tepat dapat mendukung perusahaan dalam pelaksanaan operasionalnya sehingga dapat berjalan dengan lancar.



Keterangan :

1. Terminal Penggung
2. Pos Polisi
3. Pabrik Bakau
4. WIKA
5. Pabrik CV. Karya Baru
6. SPBU Karangwuni

3. Struktur Organisasi CV. Karya Baru Klaten

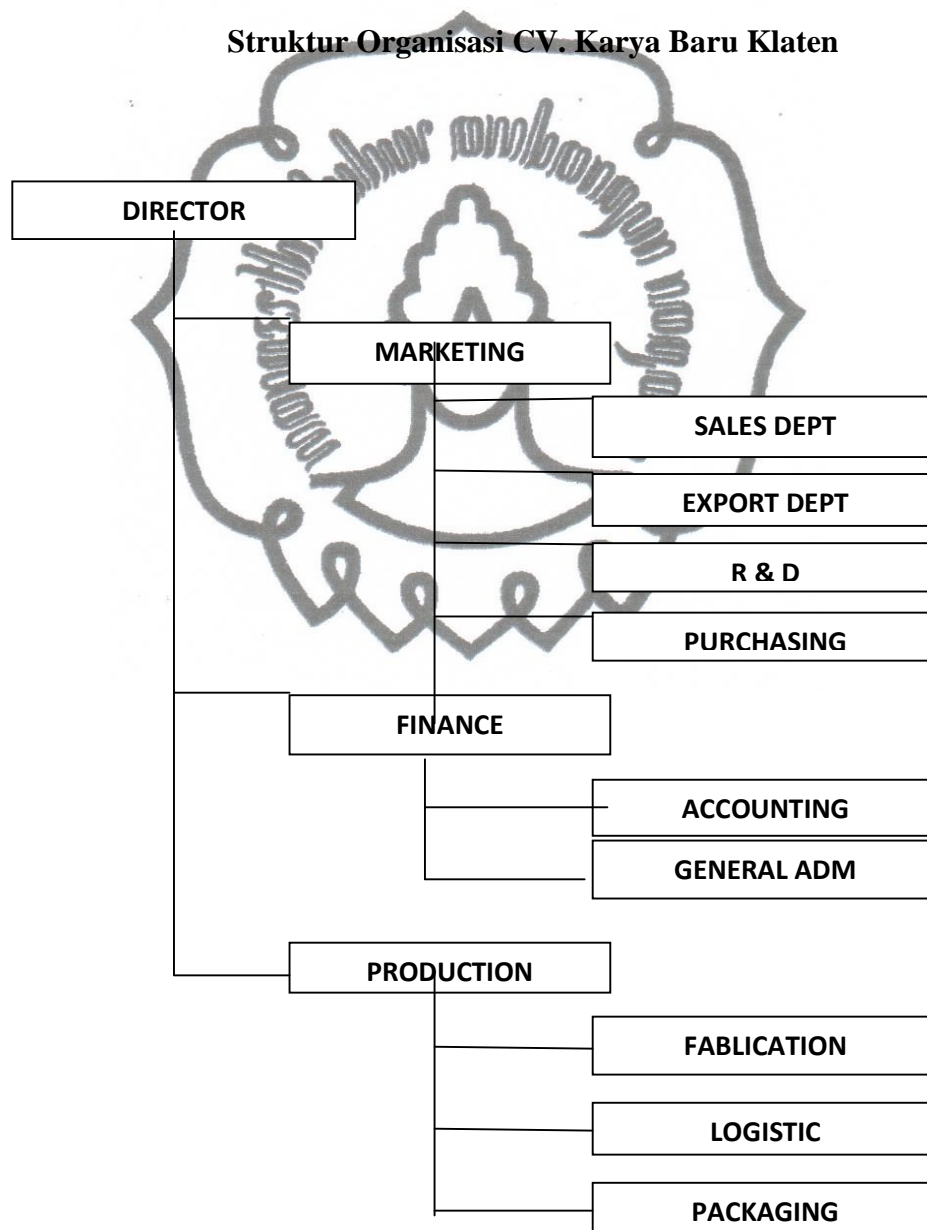
CV. Karya Baru Klaten menganut sistem stuktur organisasi bentuk lini, yaitu suatu bentuk organisasi yang didalamnya terdapat garis wewenang yang menghubungkan langsung secara vertikal

commit to user

antara atasan dan bawahan. Mengingat CV. Karya Baru Klaten mempunyai sedikit pegawai dan tata kerja merupakan hasil perintah yang langsung dari pusat.

Gambar : 3.1

Struktur Organisasi CV. Karya Baru Klaten



Sumber : CV. Karya Baru Klaten
commit to user

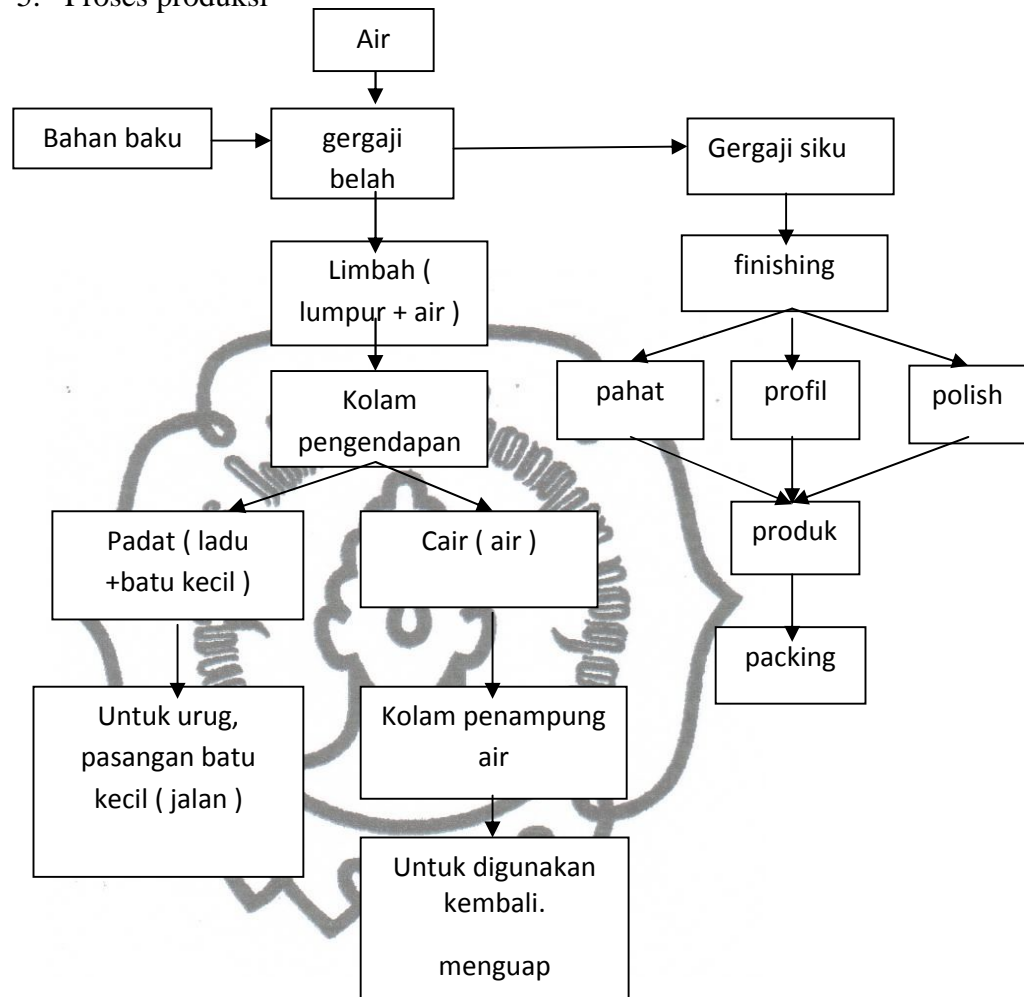
4. Produk yang dihasilkan

Produk CV. Karya Baru Klaten meliputi eksterior dan interior bangunan sampai batu berukuran kecil dan kerajinan tangan. Penggunaan batu sebagai material adalah kita mencoba menyuplai produk kita yang terbaik dalam berbagai bentuk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Produk kita yang terbaik adalah dapat berbagai bentuk, meliputi batu untuk bangunan luar dan batu furniture. Perusahaan kami mencoba membuat batu berguna dan bermanfaat bagi masyarakat baik bentuk dan warna. Membuat inovasi untuk menggunakan batu menjadi bermanfaat untuk kehidupan dan itu adalah ide pokok dari pembuatan batu berguna bagi kehidupan.

Fungsi produk kami adalah untuk perapian dinding, lantai dan berbagai fungsi lain dari batu tersebut. Untuk membuat hal tersebut terjadi kita memproduksi dengan metode pemotongan menggunakan mesin dan untuk inovasi kita sangat terbuka pada ide baru untuk penggunaan batu bagi kehidupan.

5. Proses produksi



Sumber : CV. Karya Baru Klaten

6. Budaya Kerja CV. Karya Baru Klaten

Dalam budaya kerjanya CV. Karya Baru Klaten sangat menjunjung tinggi kerja sama tim yang baik, salah satunya dengan ketepatan waktu dan ketelitian tiap anggota tim dalam melakukan tugasnya masing-masing. Semua itu tercermin dalam jam kerja yang diterapkan CV. Karya Baru Klaten yaitu sebagai berikut :

commit to user

Tabel : 3.1

Jam kerja CV. Karya Baru Klaten

Hari	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin	08.00-05.00	12.00-13.00
Selasa	08.00-05.00	12.00-13.00
Rabu	08.00-05.00	12.00-13.00
Kamis	08.00-05.00	12.00-13.00
Jumat	08.00-05.00	12.00-13.30

Sumber : CV. Karya Baru Klaten

7. Marketing CV. Karya Baru Klaten

Cara marketing yang dilakukan oleh CV. Karya Baru Klaten ada beberapa cara, antara lain secara langsung yaitu melkukan pameran dagang dan katalog, sedangkan secara tidak langsung yaitu melalui web-site : www.karyabaru.com

B. Pembahasan Penelitian

1. Apa saja Etika bisnis perdagangan internasional dalam menghadapi era globalisasi CV. Karya Baru Klaten.

a. Pengendalian diri

Artinya, pelaku-pelaku bisnis dan pihak yang terkait mampu mengendalikandiri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Disamping itu, *commit to user*

pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan main curang dan menekan pihak lain dan menggunakan keuntungan dengan jalan main curang dan menekan pihak lain dan menggunakan keuntungan tersebut walaupun keuntungan itu merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya. Inilah etika bisnis yang "etis".

b. Pengembangan tanggung jawab sosial (social responsibility)

Pelaku bisnis disini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk "uang" dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi. Artinya sebagai contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk menjual pada tingkat harga yang tinggi sewaktu terjadinya excess demand harus menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kesempatan ini untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda. Jadi, dalam keadaan excess demand pelaku bisnis harus mampu mengembangkan dan memanifestasikan sikap tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya.

c. Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi

Bukan berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, tetapi informasi dan teknologi itu harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian bagi golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya transformasi informasi dan teknologi. *commit to user*

d. Menciptakan persaingan yang sehat

Persaingan dalam dunia bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, tetapi persaingan tersebut tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya, harus terdapat jalinan yang erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah kebawah, sehingga dengan perkembangannya perusahaan besar mampu memberikan spread effect terhadap perkembangan sekitarnya. Untuk itu dalam menciptakan persaingan perlu ada kekuatan-kekuatan yang seimbang dalam dunia bisnis tersebut

e. Menerapkan konsep “pembangunan berkelanjutan”

Dunia bisnis seharusnya tidak memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang, tetapi perlu memikirkan bagaimana dengan keadaan dimasa mendatang. Berdasarkan ini jelas pelaku bisnis dituntut tidak meng-"eksploitasi" lingkungan dan keadaan saat sekarang semaksimal mungkin tanpa mempertimbangkan lingkungan dan keadaan dimasa datang walaupun saat sekarang merupakan kesempatan untuk memperoleh keuntungan besar.

f. Menghindari sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi dan Komisi)

Jika pelaku bisnis sudah mampu menghindari sikap seperti ini, kita yakin tidak akan terjadi lagi apa yang dinamakan dengan korupsi, manipulasi dan segala bentuk permainan curang dalam dunia bisnis ataupun berbagai kasus yang mencemarkan nama bangsa dan negara.

commit to user

g. Mampu menyatakan yang benar itu benar

Artinya, kalau pelaku bisnis itu memang tidak wajar untuk menerima kredit (sebagai contoh) karena persyaratan tidak bisa dipenuhi, jangan menggunakan "katabelece" dari "koneksi" serta melakukan "kongkalikong" dengan data yang salah. Juga jangan memaksa diri untuk mengadakan "kolusi" serta memberikan "komisi" kepada pihak yang terkait.

h. Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha kebawah

Untuk menciptakan kondisi bisnis yang "konduktif" harus ada saling percaya (trust) antara golongan pengusaha kuat dengan golongan pengusaha lemah agar pengusaha lemah mampu berkembang bersama dengan pengusaha lainnya yang sudah besar dan mapan. Yang selama ini kepercayaan itu hanya ada antara pihak golongan kuat, saat sekarang sudah waktunya memberikan kesempatan kepada pihak menengah untuk berkembang dan berkiprah dalam dunia bisnis.

i. Konsekuen dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama

Semua konsep etika bisnis yang telah ditentukan tidak akan dapat terlaksana apabila setiap orang tidak mau konsekuen dan konsisten dengan etika tersebut. Mengapa? Seandainya semua ketika bisnis telah disepakati, sementara ada "oknum", baik pengusaha

commit to user

sendiri maupun pihak yang lain mencoba untuk melakukan "kecurangan" demi kepentingan pribadi, jelas semua konsep etika bisnis itu akan "gugur" satu demi satu.

j. Menumbuhkan kembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati

Jika etika ini telah dimiliki oleh semua pihak, jelas semua memberikan suatu ketentraman dan kenyamanan dalam berbisnis.

k. Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan perundang-undangan

Hal ini untuk menjamin kepastian hukum dari etika bisnis tersebut seperti "proteksi" terhadap pengusaha lemah. Kebutuhan tenaga dunia bisnis yang bermoral dan beretika saat sekarang ini sudah dirasakan dan sangat diharapkan semua pihak apalagi dengan semakin pesatnya perkembangan globalisasi di muka bumi ini. Dengan adanya moral dan etika dalam dunia bisnis serta kesadaran semua pihak untuk melaksanakannya, kita yakin jurang itu akan dapat diatasi, serta optimis salah satu kendala dalam menghadapi tahun 2000 dapat diatasi.

2. Manfaat etika bisnis perdagangan internasional CV. Karya Baru Klaten.

- a) Dapat meningkatkan nilai perusahaan (*corporate value*).

Misalnya :

1) Ekspansi Perusahaan

Perusahaan menjadi lebih luas dan menjangkau pasar ekspor secara global.

2) Meningkatkan Pendapatan

- b) Bagi perusahaan CV. Karya Baru Klaten yang telah go publik dapat memperoleh manfaat berupa meningkatnya kepercayaan para buyer. dapat meningkatkan daya saing (*competitive advantage*) perusahaan.
- c) Membangun corporate image / citra positif , serta dalam jangka panjang dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan (*sustainable company*).
- d) Diharapkan mampu memperbaiki kualitas pengambilan keputusan dan pelaksanaan manajemen.

Dari manfaat di atas dapat dijelaskan menjadi beberapa cakupan meliputi :

- 1) Perlindungan lingkungan
- 2) Marketing Truth and Advertising
- 3) Akuntansi dan Keuangan
- 4) Kepegawaian
- 5) Trade Secret and insider trading
- 6) Whistle Blowing
- 7) Diskriminasi dan Affirmative action

commit to user

3. Pendekatan yang dapat dilakukan untuk merumuskan tingkah laku etika.

a. Utilitarian Approach

Setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya oleh karena itu dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya yang serendah-rendahnya.

b. Individual Right Approach

Setiap orang dalam bertindak dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadinya berturan dengan hak orang lain.

c. Justice Approach

Para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, ketidakadilan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan mengenai etika bisnis perdagangan internasional dalam menghadapi krisis global pada CV. Karya Baru Klaten, maka penulis menyimpulkan :

- a. Etika dalam tingkah laku berbisnis di perusahaan merupakan suatu acuan bagi seluruh karyawan, para manajer dan bahkan para dewan direksi dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Etika bisnis mempunyai peranan penting sebagai kerangka implementasi mewujudkan good governance dan terhindar dari resiko pelanggaran berbisnis yang bisa berdampak melemahkan daya saing hasil industri dipasar internasional
- b. Lebih parah lagi bila pengusaha Indonesia menganggap remeh etika bisnis yang berlaku secara umum dan tidak pengikat itu.
- c. *Utilitarian Approach* Setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya, *Individual Right Approach* Setiap orang dalam bertindak dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati *Justice Approach* Para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama.

B. Saran

Dari hasil penelitian mengenai etika bisnis perdagangan internasional dalam menghadapi krisis global pada CV. Karya Baru Klaten, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Kecenderungan makin banyaknya pelanggaran etika bisnis membuat keprihatinan banyak pihak. Pengabaian etika bisnis dirasakan akan membawa kerugian tidak saja buat masyarakat, tetapi juga bagi tatanan ekonomi nasional.
2. Disadari atau tidak, para pengusaha yang tidak memperhatikan etika bisnis akan menghancurkan nama mereka sendiri dan negara.